

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Jensen & Meckling, (1976); Jensen & Smith, Jr., (1984) menyatakan bahwa teori keagenan membantu memaparkan hubungan kontraktual antara agen dan prinsipal, prinsipal merupakan pemilik perusahaan atau pihak yang menyerahkan tanggung jawab terhadap agen, yaitu manajemen, untuk dapat menjelaskan operasi perusahaan atas nama prinsipal. Kontrak yang diberikan akan optimal jika kontrak tersebut mempunyai keadilan terhadap hak dan kewajiban prinsipal dan agen, yang secara matematis menunjukkan pelaksanaan tanggung jawab yang optimal oleh agen dan kompensasi yang memuaskan bagi prinsipal kepada agen, maka kontrak tersebut akan ideal. Teori agensi berfokus pada pembuatan kontrak yang tepat yang menciptakan hubungan antara agen dan prinsipal dalam situasi konflik (Cahyaningati et al., 2022).

Biaya keagenan didefinisikan oleh Jensen & Meckling, (1976) sebagai biaya yang dikeluarkan prinsipal untuk mengawasi dan mengawasi kinerja agen. Karena ada perbedaan kepentingan, tidak mungkin suatu perusahaan tidak memiliki biaya keagenan untuk menjamin manajer bertanggung jawab dan mengambil keputusan secara optimal yang mengikuti tujuan pemegang saham. Hal tersebut menyebabkan perusahaan mengeluarkan biaya untuk mencegah manajer menyalahgunakan wewenang demi kepentingan pribadi.

Teori keagenan menjelaskan bahwa terdapat hubungan keagenan dimana pemilik mempercayai manajemen untuk mengelola bisnis sedemikian rupa, sehingga memungkinkan pemilik berhasil dalam tujuan bisnisnya. Dalam melaksanakan kontrak, masalah keagenan ini dapat timbul dalam pelaksanaan kontrak karena adanya kelainan kebutuhan (*self-interest*) diantara manajemen dan pemilik perusahaan. Selain, asimetri informasi (*information asymmetry*) juga dapat muncul karena pihak pengelola biasanya mempunyai lebih banyak informasi mengenai status keuangan kegiatan masyarakat dibandingkan pemiliknya (Maulida, 2016).

Menurut Lastanti & Salim, (2019) Teori keagenan memandang manajer tidak menjadi tujuan yang bijaksana ataupun memihak terhadap keinginan prinsipalnya, namun sebagai agen yang bertindak dengan pengetahuan penuh atas nama dirinya sendiri. Hal ini menimbulkan masalah keagenan (agensi konflik) yang timbul karena baik investor maupun manajer mempunyai keinginan terhadap kesejahteraan dan kekayaan masing-masing. Oleh sebab itu dilakukan upaya tata kelola perusahaan yang berupa pemantauan ataupun pengawasan sebanding dengan ketentuan yang berlaku. Hal tersebut memunculkan beban keagenan yang terdiri dari biaya pemantauan, biaya jaminan, dan sisa kerugian (akuntansi).

Menurut Daeli et al., (2023) Teori Keagenan didefinisikan sebagai hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen, di mana teori keagenan itu sendiri diekspresikan dalam aktivitas bisnis yang belum tentu dikendalikan langsung oleh pemilik bisnis. Teori keagenan menekankan pentingnya transparansi dan

pengungkapan informasi untuk mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan kepercayaan pemilik terhadap manajer.

Dalam hal ini CSR pengungkapan informasi yang jelas dan akurat tentang praktik CSR memungkinkan pemilik untuk memantau dan mengevaluasi kinerja manajerial dalam hal tanggung jawab sosial. Dan agen juga harus menjaga hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan, semua hubungan baik tersebut dikembangkan oleh agen dalam rangka mengupayakan terciptanya maksimalisasi laba, dengan demikian perusahaan menggunakan retorika CSR sebagai salah satu strategi dalam memaksimalkan laba. Dalam hal GCG, pengungkapan informasi yang tepat tentang praktik tata kelola yang baik dapat membantu membangun kepercayaan pemilik terhadap manajer dalam meningkatkan pengawasan mereka terhadap operasi perusahaan.

Kesimpulan dari penjelasan di atas adalah bahwa teori keagenan membantu menjelaskan hubungan kontraktual antara agen (manajer) dan prinsipal (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan tanggung jawab kepada agen. Dimana kontrak yang optimal mempertimbangkan keadilan terhadap hak dan kewajiban kedua belah pihak. Teori ini menyoroti pentingnya transparansi dan pengungkapan informasi untuk mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan kepercayaan pemilik terhadap manajer. Dengan demikian pengungkapan informasi yang tepat dapat meningkatkan pengawasan pemilik terhadap operasi perusahaan. maka dari itu dengan menggunakan teori keagenan, perusahaan dapat merancang strategi pengungkapan CSR dan GCG yang efektif untuk mengelola hubungan antara manajer dan pemilik, serta memperkuat kinerja jangka panjang.

2.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Paramita & Rizal, (2021) *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah bentuk perhatian sosial kepada masyarakat yang bernilai positif, perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar dengan melalui *Corporate Sosial Responsibility*. *Corporate Sosial Responsibility* yang diberikan oleh perusahaan beragam, bisa berupa CSR pendidikan yang memberikan bantuan khusus untuk pendidikan dengan memberikan fasilitas atau beasiswa pendidikan. Bisa juga CSR untuk fasilitas-fasilitas umum seperti sarana ibadah, perbaikan jalan, sarana kesehatan dan lain-lain. CSR juga merupakan cara entitas bisnis menyatukan kepedulian sosial terhadap aktivitas bisnis dan hubungan dengan kelompok kepentingan, yang didasarkan prinsip kesukarelaan dan kerja sama. Serta bagaimana memberikan pengaruh atau dampak terhadap dibidang ekonomi, sosial dan lingkungan.

Menurut E. Puspitasari & Ermayanti, (2019), *Corporate Sosial Responsibility* adalah tanggung jawab sosial entitas bisnis terhadap masyarakat setempat yang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan, melalui pelaksanaan berbagai kegiatan sosial. Kewirausahaan sosial perusahaan telah banyak direncanakan sebagai suatu isu manajemen yang melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat serta menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Kegiatan CSR pada dasarnya merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, dan sekaligus merupakan sarana untuk meningkatkan reputasi dan keunggulan kompetitif perusahaan.

Menurut Liyundira & Wiyono, (2021) *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah proses mengkomunikasikan permasalahan sosial maupun kondisi lingkungan sekitar perusahaan terhadap tindakan ekonomi yang dilakukan perusahaan agar bertanggung jawab untuk mengkomunikasikan laporan keuangan tersebut pada pemilik modal, khususnya para pemilik modal. Dimana tanggung jawab suatu perusahaan bukan hanya mencari keuntungan bagi pemegang saham, namun memberikan laporan pendapatan dan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Pengungkapan CSR juga merupakan bentuk keterbukaan informasi yang di berikan perusahaan kepada pasar untuk memberikan sinyal baik pada perusahaan agar di anggap sebagai perusahaan yang dipercaya (Cahyaningati et al., 2022).

Susilawati, (2019) menyatakan Pengungkapan CSR merupakan suatu cara mengkomunikasikan kegiatan CSR dilakukan suatu perusahaan terhadap masyarakat maupun pemangku kepentingan dalam bentuk informasi dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR perusahaan pada *sustainable report* ataupun laporan tahunan dapat membantu memenuhi kebutuhan informasi bagi para pemangku kepentingan dan masyarakat umum serta mendukung upaya perusahaan untuk mencapai tujuannya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan suatu kewajiban moral suatu perusahaan terhadap pemangku kepentingannya, khususnya organisasi atau warga di sekitaran daerah operasi maupun usahanya. CSR adalah program yang memberikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk mengoptimalkan kinerja perusahaan

dan memberi nilai tambah dalam jangka waktu yang lama (Karina & Setiadi, 2020).

Kewajiban pengungkapan CSR merupakan keinginan perusahaan agar dapat memenuhi ketentuan dalam UU nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UUPT) pasal 1 ayat 3 yang menyatakan, tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan tanggung jawab pengurus perusahaan. berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan, yang bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, komunitas lokal, dan masyarakat pada umumnya.

Peraturan pemerintah mengenai tanggung jawab sosial (CSR) juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Pasal 6 dan Pasal 7. Pasal 6 menjelaskan bahwa pemenuhan tanggung jawab sosial dan lingkungan dituangkan dalam laporan tahunan perusahaan dan bertanggung jawab kepada RUPS. Sedangkan Pasal 7 menjelaskan bahwa perusahaan yang gagal memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya akan dikenakan sanksi sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan yang ada (Indonesia, 2012).

Manfaat *Corporate Social Responsibility* terhadap masyarakat ialah dalam mencapai kesejahteraan, masyarakat dapat mengembangkan dirinya dan usahanya sehingga sasaran tersebut tercapai. Suatu daerah akan menyerap tenaga kerja jika praktik CSR berjalan dengan baik sehingga dapat meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan maupun meningkatkan kualitas didaerah tersebut. Sebagai pekerja lokal yang bekerja pada perusahaan bisa memperoleh perlindungan akan haknya

sebagai pekerja. Bagi perusahaan yang berlokasi dikawasan masyarakat adat, maka praktik CSR dapat di hargai keberadaan tradisi dan budaya lokal yang berada di kawasan lokasi perusahaan tersebut. Selain masyarakat secara sosial, CSR juga memberikan manfaat bagi lingkungan masyarakat dimana dengan menyatakan komitmen untuk melakukan CSR maka perusahaan akan lebih mempertimbangkan eksploitasi sumber daya dengan lebih bijak, supaya menjaga kualitas lingkungan juga dilaksanakan diantaranya dengan menekan tingkat populasi dan ikut serta berkontribusi pada kegiatan masyarakat yang berkaitan dengan lingkungan (Titisari, 2020).

Praktik CSR juga dapat berfungsi sebagai mekanisme untuk mengurangi konflik kepentingan dengan memperjelas tanggung jawab sosial perusahaan kepada pemangku kepentingan yang lebih luas, bukan hanya kepada pemegang saham. Dengan menerapkan CSR, perusahaan dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan karyawan, dan kontribusi positif terhadap masyarakat, sehingga dapat mengurangi ketidakpercayaan dan konflik kepentingan antara manajer dan pemilik.

Manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi dunia usaha yaitu membangun kaitan diantara pemerintah maupun dunia usaha untuk menangani berbagai permasalahan sosial seperti kemiskinan, rendahnya mutu pendidikan, kurangnya layanan kesehatan dan permasalahan lainnya. Tugas negara dalam membuat kemakmuran bagi masyarakat menjadi lebih mudah dengan partisipasi sektor swasta melalui tanggung jawab sosial. Manfaat tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu entitas bisnis yang melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik

akan meninggalkan dampak positif terhadap keberlangsungan entitas bisnis itu sendiri (Titisari, 2020).

Tujuan dari *Corporate Social Responsibility* didasarkan pada perspektif pembangunan keberlanjutan dan pengembangan terhadap penerapan praktik sistem manajemen yang menentukan perusahaan secara mandiri untuk membangun hubungan saling percaya antar perusahaan untuk berkontribusi pada kemajuan ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan maupun tempat perusahaan beroperasi (Ramadhan, 2023).

Indikator variabel pengungkapan CSR diukur menggunakan GRI, GRI adalah suatu organisasi internasional independen yang menyajikan kerangka kerja sebagai pedoman dalam pelaporan berkelanjutan yang mencakup bidang ekonomi, lingkungan, dan sosial. Laporan berkelanjutan berisi laporan terkait aspek lingkungan, sosial, dan finansial yang berpengaruh terhadap kelangsungan operasi perusahaan kepada masyarakat. laporan berkelanjutan juga menjadi pertanggung jawaban kepada *stakeholder*, sebagaimana *stakeholder* memiliki peran dalam menentukan kinerja perusahaan, termasuk kinerja sosial dan lingkungan.

Adapun manfaat *Global Reporting Initiative* (GRI) untuk internal dan eksternal suatu perusahaan adalah untuk menunaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari program dan kegiatan bisnis perusahaan, memperkuat sistem manajemen perusahaan, membangun reputasi dan kepercayaan terhadap perusahaan, menarik ketertarikan dari investor, mendorong keterlibatan multistakeholder terhadap

operasi bisnis perusahaan dan untuk mematuhi regulasi yang diberlakukan pemerintah www.lindungihutan.com.

Berdasarkan penelitian oleh Cahyaningati et al., (2022) perusahaan harus mampu memberikan sinyal yang baik kepada masyarakat agar investor lebih tertarik untuk berinvestasi. Untuk memberikan kepercayaan masyarakat dapat diwujudkan melalui penerapan tanggung jawab sosial dan keterbukaan. Pengungkapan CSR akan membantu menyampaikan informasi positif terhadap investor maupun pemegang saham. Pengungkapan CSR ini dapat dilihat pada laporan keberlanjutan perusahaan, untuk mengukur CSR menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum \chi_i}{n}$$

Keterangan:

CSRDI : pengungkapan CSR perusahaan i

$\sum \chi_i$: total item diungkap (1: untuk item yang diungkap, 0 : untuk item tersebut tidak di ungkapkan)

n : jumlah seluruh indikator pengungkapan CSR (Indikator standar GRI 136)

Kesimpulan dari pengertian diatas yaitu tanggung jawab sosial perusahaan yang melibatkan pelaksanaan kegiatan sosial yang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar, dan untuk menjaga reputasi dan keunggulan kompetitif perusahaan. Dalam mengukur *Corporate Social Responsibility* menggunakan indeks CSR berdasarkan indikator dari GRI (Global Reporting Initiatives). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terutama standar GRI, yang

dijadikan sarana komunikasi yang penting untuk memenuhi kebutuhan informasi pemangku kepentingan dan dukungan tujuan perusahaan *Corporate Social Responsibility* bukan hanya berfokus pada profit ekonomi, akan tetapi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

2.1.3 Good Corporate Governance

Menurut Manossoh, (2016) GCG merupakan dasar yang menepatkan, mengawasi ataupun mengatur suatu perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kewenangan entitas bisnis dan kekuatan dengan menyerahkan tanggung jawab terhadap para *shareholder* maupun *stakeholder* secara keseluruhan. GCG juga merupakan sebuah sistem, ataupun prinsip yang membenahi pola ikatan jalinan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya untuk mencapai kinerja perusahaan semaksimal mungkin dengan cara yang tidak merugikan pemangku kepentingannya. Tata kelola perusahaan adalah suatu upaya yang dilakukan oleh semua pihak berkepentingan dengan perusahaan untuk menjalankan usahanya secara baik sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing.

Menurut Nabila & Wuryani, (2021) definisi tata kelola perusahaan adalah seperangkat aturan mengenai hubungan antar pemangku kepentingan berupa manajemen, pemegang saham, kreditor, karyawan, pemerintah, pemangku kepentingan eksternal dan internal, dan semua pemangku kepentingan mempunyai hak dan kewajiban. Berdasarkan definisi tersebut, maka tujuan tata kelola perusahaan adalah terwujudnya nilai tambah oleh pemangku kepentingan. Tata kelola perusahaan berfungsi untuk memberikan kepercayaan investor terhadap pengembalian dana yang mereka investasikan, penerapan GCG dapat mengurangi

terjadinya konflik antar pemangku kepentingan, karena GCG berfungsi sebagai aturan sekaligus pengawas untuk memastikan pengelolaan perusahaan berfungsi sesuai dengan tujuan perusahaan. Implementasi GCG dapat meminimalisir munculnya masalah diantara pemangku kepentingan, sebab GCG berfungsi sebagai pedoman sekaligus pengawas untuk memastikan pengelolaan perusahaan berfungsi sesuai dengan tujuan entitas bisnis.

Menurut E. Puspitasari & Ermayanti, (2019) Tata kelola perusahaan diartikan sebagai tata kelola yang mengendalikan hubungan antara manajer saham, pemegang saham, pemerintah, karyawan dan kreditor, pemegang saham internal dan eksternal, dalam kaitannya dengan tugas dan hak untuk mengelola dan mengatur suatu perusahaan. GCG yang baik diartikan sebagai suatu proses dan struktur dimana suatu perusahaan memberikan nilai tambah bagi pemegang sahamnya demi keberlanjutan perusahaan, berdasarkan peraturan hukum dan standar yang berlaku, serta selalu memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan. Menurut Muliani et al., (2019) GCG adalah aturan, atau sistem, yang membenahi antara hubungan pemegang saham, manajer perusahaan, kreditor, pemerintah, pegawai, dan pemangku kebutuhan internal dan eksternal lainnya mengenai kewenangan mereka, yang mengatur maupun mengendalikan perusahaan. Tujuan korporasi pada GCG ialah untuk membuat nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan.

GCG menurut T. Puspitasari et al., (2023) adalah tatanan perusahaan yang mengelola ataupun mengarahkan suatu entitas bisnis dengan tujuan menyediakan dan meningkatkan nilai pemegang saham. Karena atas adanya strategi tersebut

secara jelas terlihat bahwa tata kelola menjadi pedoman dalam pengelolaan perusahaan. Agar untuk menciptakan GCG yang baik agar publik ataupun pihak luar dapat melihat sejauh mana perkembangan dan kondisi perusahaan. Hal ini juga akan meningkatkan kepercayaan terhadap investor ataupun calon investor karena sudah jelas bahwa penerapan GCG sudah berjalan dengan baik. Karena dengan adanya penerapan GCG yang baik tujuan perusahaan dan kepentingan perusahaan akan tercapai serta akan mendapatkan reputasi yang baik di mata masyarakat (Liyundira et al., 2017).

Menurut Lastanti & Salim, (2019) tata kelola perusahaan juga merupakan suatu teori yang bertujuan sebagai mekanisme kontrol agar dapat mengurangi konflik dengan otoritas dalam perusahaan. Teori keagenan menjelaskan bahwa perbedaan jenis kepentingan antara prinsipal dan agen dapat di selaraskan oleh adanya GCG yang baik yang mana berfungsi untuk mengawasi operasional perusahaan Cahyaningati et al., (2022). Jensen & Meckling, (1976) menjelaskan bahwa tata kelola yang baik dapat meminimalkan biaya keagenan.

Menurut Habibullah, (2021) Manfaat GCG yaitu : (a) untuk menjaga hak dan kepentingan pemegang saham, (b) mengoptimalkan nilai saham, (c) mengurangi biaya agen, (d) meningkatkan efisiensi kerja manajemen perusahaan dan juga sekaligus meningkatkan mutu hubungan antar manajemen dalam perusahaan. Prinsip – prinsip GCG yang tercantum dalam undang undang kementerian negara perusahaan terbuka PER-01/MBU/2011. Terkait implementasi GCG pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) meliputi : (a) Transparansi, (b) Akuntabilitas, (c) Pertanggungjawaban, (d) Kemandirian, (e) Kewajaran.

Indikator penelitian ini menggunakan pengukuran kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, dewan direksi dan komite audit sebagai berikut:

a) Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah profit saham yang dimiliki oleh manajer yang berpartisipasi dalam pemungutan keputusan perusahaan, termasuk anggota komite maupun direktur Muliani et al., (2019). Jensen & Meckling, (1976) menemukan bahwa tata kelola perusahaan berhasil sebagai sarana untuk mengurangi permasalahan manajer perusahaan dengan menyelaraskan kepentingan mereka dengan pemegang saham. Karena tingkat kepemilikan manajerial yang tinggi, memungkinkan terjadinya perilaku opportunistik manajer akan menurun karena manajer merasakan langsung dampak atas setiap keputusan yang diambil. Setiap ketetapan yang akan dicapai oleh manajemen akan menentukan efek yang diperoleh pemegang saham, oleh karena itu manajer sekaligus pemegang saham akan selalu berupaya meningkatkan nilai perusahaan agar terciptanya kemakmuran bagi dirinya sendiri selaku pemegang saham perusahaan. Apabila perusahaan tanpa kepemilikan manajerial, manajer yang bukan pemegang saham mungkin akan mengutamakan kepentingannya sendiri (Muliani et al., 2019). Kepemilikan manajerial dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\frac{\text{jumlah saham yang dimiliki manajemen}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

b) Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh lembaga ataupun organisasi seperti bank, perusahaan asuransi, perusahaan

investasi dan otoritas lainnya. Tingkat kendali manajerial yang tinggi menyebabkan kemampuan pemantauan investor manajerial semakin besar, sehingga menghambat perilaku *oportunistik* manajerial. Tata kelola perusahaan berperan penting dalam mengurangi konflik perusahaan yang timbul diantara manajer dan pemegang saham. Manajemen akan lebih terdorong untuk mengungkapkan informasi secara tepat waktu untuk menghindari berkurangnya relevansi informasi tersebut. Yang mana kepemilikan institusional dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\frac{\text{jumlah saham yang dimiliki investor institusional}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

c) Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris independen merupakan inti dari *Good Corporate Governance* yang mempunyai peran sentral didalam praktik GCG, bertanggung jawab atas pengawasan khusus sebanding dengan anggaran dasar, serta memberikan saran terhadap direksi. Komisaris independen dengan akuntabilitas yang tinggi, berperan penting dalam melakukan pengawasan. Standar yang diterapkan oleh otoritas jasa keuangan menegaskan bahwa setidaknya 30% dari seluruh anggota dewan komisaris haruslah komisaris independen. Hal ini menegaskan pentingnya komposisi dewan komisaris yang independen dalam menjamin efektifitas pengawasan maupun implementas prinsip GCG di perusahaan Muliani et al., (2019). Yang mana dewan komisaris independen dapat memakai rumus sebagai berikut.

$$\frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

d) Dewan direksi

Dewan direksi berkewajiban cukup atas pengelolaan perseroan ikut mewakili perseroan dipengendalian dan diluar hukum setara dengan ketentuan anggaran dasar. Pengukuran dewan direksi didasarkan total anggota direksi perusahaan Lastanti & Salim, (2019). Yang mana dewan direksi dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Dewan Direksi} = \text{Jumlah Anggota Dewan Direksi}$$

e) Komite audit

Komite audit memiliki peran penting dalam menjaga independensi auditor dari manajemen perusahaan. tugas utama yaitu membantu dewan komisaris dalam mengawasi proses pelaporan keuangan. selain itu, komite audit juga menggunakan skala rasio dengan rumus tertentu untuk melakukan evaluasi dan analisis terhadap kinerja keuangan perusahaan Muliani et al., (2019). Yang mana komite audit dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{KA} = \text{Jumlah Anggota Komite Audit}$$

Maka rumus untuk mengetahui GCG ialah kalkulasi dari kuantitas kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, dewan direksi, dan komite audit adalah sebagai berikut:

$$\text{GCG} = \frac{\text{KM} + \text{KI} + \text{KIn} + \text{DD} + \text{KA}}{5} \times 100\%$$

Keterangan:

Kepemilikan manajerial (KM) : seluruh saham manajemen dibagi semua saham

beredar.

Kepemilikan institusional (KI) : seluruh saham institusional dibagi semua saham beredar.

Komisaris independen (KIn) : seluruh komisaris independen dibagi semua dewan komisaris.

Dewan direksi (DD) : seluruh dewan direksi.

Komite audit (KA) : seluruh komite audit.

Berdasarkan dari beberapa pengertian memuat kesimpulan bahwa GCG merupakan seperangkat aturan dan mekanisme pengendalian yang memperkuat ikatan antar pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan. tujuan utama GCG ialah membuat nilai tambah bagi pemangku kepentingan, melalui pengelolaan perusahaan yang transparan, akuntabel, dan memperhatikan kepentingan seluruh pihak terkait. Implementasi GCG dapat meminimalisir terjadinya masalah diantara pemangku kepentingan dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan.

2.1.4 Nilai Perusahaan

Manossoh, (2016) menyatakan nilai perusahaan merupakan rasio nilai pasar adalah rasio yang menunjukkan tren yang berdampak di pasar. Rasio membantu manajemen perusahaan untuk memahami langkah langkah pelaksanaan yang dapat dilakukan efeknya dimasa depan, termasuk kinerja perusahaan yang tercermin dari harga saham yang diciptakan oleh penawaran dan permintaan di pasar modal. Nilai perusahaan berhubungan dengan harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut, dan semakin tinggi

nilai perusahaan maka akan meningkatkan kebahagiaan para pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan.

Tujuan entitas bisnis menurut Nabila & Wuryani, (2021) nilai perusahaan adalah keadaan yang dicapai suatu perusahaan dan tercermin dalam harga sahamnya. Nilai perusahaan tergantung pada harga saham. Ketika nilai suatu perusahaan meningkat, harga sahamnya juga meningkat, nilai perusahaan yang meningkat membuat kepercayaan pasar terhadap prospek dan kinerja perusahaan di masa depan, dan situasi ini dapat mendorong investor untuk berinvestasi. Menurut E. Puspitasari & Ermayanti, (2019) Nilai perusahaan adalah keadaan yang diperoleh suatu entitas bisnis melalui aktivitasnya dalam beberapa tahun sejak didirikan hingga pada saat ini, untuk menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Menurut Nuri et al., (2023) nilai perusahaan adalah situasi yang terjadi, dan sudah tercapai suatu entitas bisnis seperti contoh keyakinan masyarakat terhadap entitas bisnis tersebut. Menurut Liyundira & Wiyono, (2021) nilai perusahaan merupakan salah satu aspek terpenting dalam dunia investasi. Karena nilai perusahaan diartikan suatu kualitas sedia dibayar oleh konsumen jika perusahaan terjual. Nilai perusahaan juga diartikan sebagai salah satu faktor agar menarik investor untuk menginvestasikan modalnya pada suatu perusahaan (Ana et al., 2018).

Menurut Ramadhan, (2023) Nilai suatu perusahaan diartikan dalam nilai pasar karena dapat memberikan lebih melimpah sumberdaya kepada pemegang saham dan mengoptimalkan harga saham. Semakin meningkat harga saham

perusahaan maka akan besar pula kekayaan pemegang sahamnya. Nilai suatu perusahaan dapat ditentukan atau dibaca berdasarkan harga saham suatu entitas bisnis yang beredar. Ketika harga saham mencuat, nilai perusahaan juga mencuat pesat, yang pada gilirannya meningkatkan nilai pemegang saham, sehingga meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham.

Nilai suatu perusahaan seringkali ditentukan oleh harganya dibandingkan dengan nilai bukunya. Harga pada nilai buku bisa diartikan suatu kesetaraan antara harga saham dengan nilai buku per saham. Dengan menggunakan rasio PBV, seorang investor dapat merumuskan taktik investasi di pasar modal. Dengan menggunakan kelipatan PBV, investor dapat memprediksi harga rendah dan tingginya suatu saham. Nilai harga terhadap buku mewakili seberapa besar perkiraan pasar terhadap suatu nilai buku saham perusahaan. Perusahaan yang berkinerja baik biasanya mempunyai kelipatan harga terhadap buku lebih besar dari satu, yang menyatakan nilai pasar saham mereka lebih tinggi daripada nilai bukunya. Rasio harga terhadap buku yang tinggi sebesar mencerminkan tujuan utama yaitu kemakmuran pemegang saham (Susilawati, 2019).

Nilai suatu perusahaan diukur pada riset ini menggunakan rasio PBV. PBV dapat dipakai untuk mengukur nilai suatu entitas sebab dapat memberikan pandangan besar kecilnya pasar yang menilai nilai buku saham perusahaan tersebut. Rasio PBV yang relatif meningkat dapat mengindikasikan pasar semakin percaya terhadap potensi keuntungan perusahaan. perusahaan juga dapat menggunakan rasio ini untuk melihat peluang yang dapat diciptakan oleh perusahaan. Berikut rumus rasio PBV menurut (Manossoh, 2016).

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah nilai suatu perusahaan mencerminkan keadaan maupun performa suatu entitas, yang terpantul dalam harga sahamnya. Nilai perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap prospek dan kinerja perusahaan di masa depan, serta dapat menjadi faktor pendorong investasi. Rasio PBV sering dipakai sebagai metode pengukuran nilai perusahaan, dengan memperhatikan pada perbandingan harga saham. Karena performa baik suatu perusahaan ditandai dengan PBV yang lebih besar dari satu, yang menyatakan nilai pasar saham melebihi nilai bukunya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang akan dilakukan memiliki keterkaitan persamaan maupun perbedaan dalam objek maupun variabel yang akan diteliti dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini mengenai pengaruh pengungkapan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan meskipun penelitian ini banyak dilakukan, akan tetapi Menurut Karina & Setiadi, (2020); Lastanti & Salim, (2019); Pattisahusiwa & Diyanti, (2017); Apriani & Siti, (2023) dan Nuri et al., (2023) bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya temuan Hakim et al., (2019); Maulida, (2016); Nabila & Wuryani, (2021) dan Muliani et al., (2019) menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Temuan Maulida, (2016); Apriani & Siti, (2023) dan Sulbahri, (2021) mengatakan *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan sebaliknya temuan Susanto & Ardini, (2016), Susilo et al., (2018),

Darniaty et al., (2023) dan Hapsari, (2018) *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Maulida, 2016)	Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening	Variabel independen : Good Corporate Governance, dan pengungkapan Corporate Social Responsibility. Variabel Intervening : profitabilitas Variabel dependen : nilai perusahaan	Hasil penelitian lainnya yaitu GCG dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memediasi secara penuh hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, profitabilitas tidak memediasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan
2.	(Lastanti & Salim, 2019)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai	varabel independen : pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance dan kinerja keuangan. Variabel dependen : nilai perusahaan	This study obtains results that corporate social responsibility disclosure, good corporate governance, and financial performance simultaneously has positive and significant effect on

	Perusahaan		firm value. Good corporate governance proxied with managerial ownership partially has positive and significant effect on firm value, whereas corporate social responsibility disclosure, Good corporate governance proxied with institutional ownership, proportion of independent board of commissioners, size of board of directors, size of committee, and Financial performance partially don't have significant effect on firm value.
3. (Nabila & Wuryani, 2021)	Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan	variabel independen : good corporate governance, perusahaan, dan pengungkapan corporate social responsibility. Variabel dependen : nilai perusahaan	Hasil penelitian secara simultan menunjukkan Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut, hasil uji parsial menunjukkan

			bahwa GCG dengan indikator dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan, komite audit berpengaruh negatif signifikan, ukuran perusahaan terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan CSR tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan	
4.	(Muliani et al., 2019)	Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan	variabel independen : good corporate governance dan pengungkapan corporate social responsibility. Variabel dependen : nilai perusahaan	The results showed that the variable institutional ownership and audit committee had a positive effect on firm value. Nevertheless, managerial ownership variables, independent board of commissioners and corporate social responsibility do not affect the company's value.
5.	(Pattisah usiwa & Diyanti,	Pengungkapan Corporate Social Responsibility	variabel independen : pengungkapan corporate social responsibility dan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan corporate social

2017)	Dan Struktur Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan	struktur corporate governance Variabel dependen : nilai perusahaan	responsibility dan struktur corporate governance berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan..
6. (Nuri et al., 2023)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019	variabel independen : corporate social responsibility. Variabel dependen : nilai perusahaan	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: 1) Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan adanya pengungkapan Corporate Social Responsibility oleh perusahaan, maka investor akan memberikan respon yang positif sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut dan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.
7. (Karina & Setiadi, 2020)	Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi	variabel independen : corporate social responsibility. Variabel dependen : nilai perusahaan. variabel intervening : good corporate governance	Hasil analisis menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

8. (Susilawati, 2019)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan	variabel independen : pengungkapan corporate social responsibility dan good corporate governance. Variabel dependen : nilai perusahaan	Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa tata kelola perusahaan yang baik berperan dalam menciptakan peningkatan nilai perusahaan. Di sisi lain kepedulian dan keterlibatan perusahaan dalam investasi sosial seperti CSR akan memberikan legitimasi perusahaan dalam beroperasi sehingga dapat memperoleh dukungan stakeholder untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.
9. (Sulbahri, 2021)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan	variabel independen : corporate social responsibility. Variabel dependen : nilai perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai prob. Variabel tanggung jawab sosial perusahaan < nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,027 < 0,05$, sehingga

			variabel tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
10. (Liu et al., 2016)	Peran Agency Cost Reduction Dalam Memediasi Hubungan Antara Corporate Social Responsibility Dengan Nilai Perusahaan	Variabel independen : corporate social responsibility dan Peran Agency Cost Variabel dependen : nilai perusahaan.	Hasil dari tes ini adalah bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa pengurangan biaya keagenan adalah mediasi parsial antara hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.
11. (Hapsari, 2018)	Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel independen : good corporate governance dan corporate social responsibility Variabel dependen : nilai perusahaan.	Hasil yang diperoleh pada penelitian ini memperlihatkan secara statistic GCG berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sementara itu, CSR mempunyai pengaruh yang positif, namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
12. (Susanto & Ardini,	Pengaruh Good Corporate Governance,	Variabel independen : good corporate governance social responsibility	hasil analisis regresi linier berganda, maka ditemukan bahwa : Pertama,

2016)	Corporate Social Responsibility, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	dan profitabilitas Variabel dependen : nilai perusahaan.	Good Corporate Governance berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kedua, Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketiga, Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
13. (Darniaty et al., 2023)	Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Performa Keuangan Sebagai Variabel Mediasi	Variabel independen : good corporate governance Variabel dependen : nilai perusahaan. Variabel mediasi: performa keuangan	Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa (1) GCG berpengaruh signifikan negatif terhadap performa keuangan, (2) GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, (3) performa keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, (4) performa keuangan mampu memediasi pengaruh penerapan good corporate governance terhadap nilai perusahaan
14. (Susilo et	Good Corporate	Variabel independen : good corporate	Hasil perhitungan menunjukkan bahwa

al., 2018)	Governance, Risiko Bisnis Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan	governance, bisnis dan keuangan	risiko dan kinerja	GCG berpengaruh terhadap keuangan perusahaan dan risiko bisnis memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Hubungan variabel yang lain menyatakan bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan, kinerja keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	tidak kinerja dan bisnis pengaruh kinerja keuangan. Hubungan variabel yang lain menyatakan bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan, kinerja keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
------------	--	---------------------------------	--------------------	--	--

Sumber : Diolah data peneliti 2024

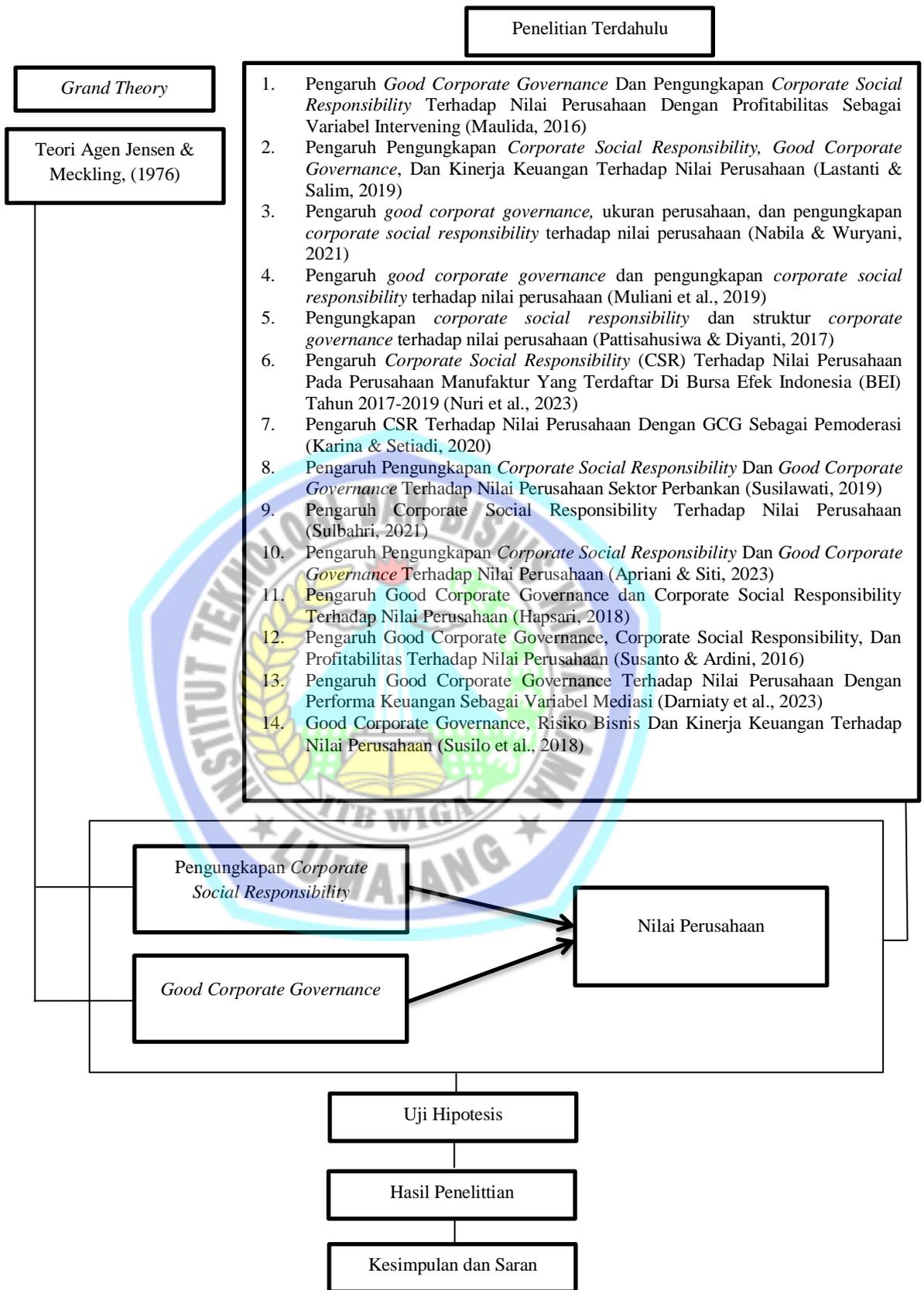
2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara variable yang diteliti. Kerangka penelitian digambarkan atau dijelaskan bagaimana keterlibatan diantara variabel bebas dengan variabel terikat. Variable bebas penelitian pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* dan variable terikat adalah nilai perusahaan. Berdasarkan landasan teori diatas, kerangka penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :

2.3.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini menjelaskan pola pikir peneliti dengan menggabungkan teori atau konsep dengan fenomena peneliti, dalam kerangka pemikiran ini digambarkan bagaimana kaitan diantara variabel dan independen dengan variabel dependen. Variable independen pada penelitian ini pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* dan variable dependen adalah nilai perusahaan.

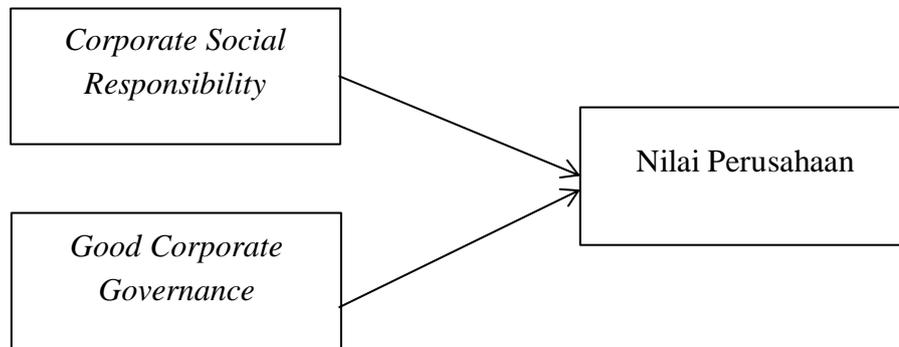
Landasan pemikiran dari kerangka pemikiran, bahwa teori keagenan yang dikemukakan oleh Jensen & Meckling, (1976) menggambarkan bahwa upaya mengoptimalkan nilai perusahaan, akan timbul konflik kepentingan antar manajer dan pemegang saham dimana disebut dengan *Agency Problem*. Dengan menerapkan CSR dan GCG yang baik, perusahaan dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan karyawan, dan kontribusi positif terhadap masyarakat, sehingga dapat mengurangi ketidakpercayaan dan konflik kepentingan antara manajer dan pemilik. Sehingga kedua variabel tersebut dapat membantu mengurangi konflik kepentingan antara manejer dan pemilik, dalam meningkatkan pengawasan terhadap tindakan manajer, dalam tindakan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Pada akhirnya kedua variabel tersebut bisa meningkatkan nilai suatu perusahaan yang terlihat dari peningkatan harga saham. Sehingga dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
 Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

2.3.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menjelaskan secara teoritis keterkaitan antara variabel yang diteliti. Tujuan kerangka konseptual untuk memberikan penjelasan tentang topik yang akan dibahas. Penulisan kerangka konseptual diperoleh dari konsep ilmu teori yang digunakan menjadi landasan. Kerangka konseptual berisi hubungan antara variabel yang terkait dengan masalah penelitian. Yang mana *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab social perusahaan yang melibatkan pelaksanaan kegiatan sosial yang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar, dan untuk menjaga reputasi dan keunggulan kompetitif perusahaan. Untuk mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini menggunakan indeks CSR yang berdasar pada indikator dari GRI (Global Reporting Initiatives). Sedangkan *Good Corporate Governance* merupakan seperangkat aturan dan mekanisme pengendalian yang memperkuat ikatan antar pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan. tujuan GCG sendiri untuk menghasilkan nilai tambah bagi pemangku kepentingan. Untuk mengukur GCG di penelitian ini menggunakan pengukuran kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan direksi, dewan komisaris independen dan komite audit. Yang mana kelima pengukuran tersebut mengacu pada prinsip GCG yaitu akuntabilitas, pertanggung jawaban, keterbukaan, kewajaran, dan kemandirian. Pada akhirnya kedua variabel tersebut dapat menghasilkan nilai perusahaan yang tercermin pada peningkatan harga saham perusahaan. Berdasarkan pada kerangka teori diatas, maka penelitian ini menggambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran. Hipotesis juga merupakan jawaban yang diklaim, dimana kebenarannya masih bersifat sementara, sehingga diuji agar pembuktian dapat dibuktikan sesuai dengan fakta yang sebenarnya melalui data yang dikumpulkan dalam penelitian. Maka, berdasarkan kerangka penelitian yang diuraikan, dapat dirumuskan hasil hipotesis awal sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap

Nilai Perusahaan

Menurut Sulbahri, (2021) pengungkapan tanggung jawab perusahaan adalah suatu upaya yang dilaksanakan entitas untuk dapat memenuhi kepentingan stakeholder dan menjamin keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Lastanti & Salim, (2019) Pengungkapan CSR dapat meningkatkan legitimasi bagi pemangku kepentingan eksternal dan agar mampu menilai sejauh mana kegiatan bisnis sejalan dengan norma-norma sosial. Pengungkapan CSR juga merupakan strategi perusahaan yang proaktif untuk memaksimalkan

kepuasan pemangku kepentingan atau stakeholder. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk tanggung jawab berupa informasi yang disampaikan kepada masyarakat dalam laporan tahunan suatu perusahaan mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap kegiatan operasionalnya. Menurut penelitian Pattisahusiwa & Diyanti, (2017).

Praktik CSR juga dapat berfungsi sebagai mekanisme untuk mengurangi konflik kepentingan dengan memperjelas tanggung jawab sosial perusahaan kepada pemangku kepentingan yang lebih luas, bukan hanya kepada pemegang saham. Dengan menerapkan CSR, perusahaan dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan karyawan, dan kontribusi positif terhadap masyarakat, sehingga dapat mengurangi ketidakpercayaan dan konflik kepentingan antara manajer dan pemilik. Hasil penelitian Menurut Karina & Setiadi, (2020); Pattisahusiwa & Diyanti, (2017); Liu et al., (2016); Sulbahri, (2021) dan Nuri et al., (2023) ditunjukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan. Sebaliknya menurut penelitian Hakim et al., (2019); Lastanti & Salim, (2019); Maulida, (2016); Nabila & Wuryani, (2021) dan Muliani et al., (2019) menunjukkan CSR tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.2 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Lastanti & Salim, (2019) GCG adalah sebuah konsep yang bertujuan sebagai sistem kontrol untuk mengurangi konflik dengan otoritas dalam

perusahaan. sistem terdiri dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, bagian dewan komisaris independen, dan komite audit. Melalui sistem ini, mengharapkan entitas tersebut dapat mencapai tata kelola perusahaan yang baik sehingga mendapatkan pujian yang tinggi dari para pemangku kepentingan. Penerapan GCG dalam mengoptimalkan nilai perusahaan akan terlihat masalah kepentingan antar agen dan prinsipal yang disebut dengan *agency problem*. Hal tersebut terjadi karena manajer terlalu fokus pada dirinya sendiri, hal itu tidak disukai oleh pemegang saham karena dapat meningkatkan biaya bagi perusahaan.

Menurut Maulida, (2016) GCG ialah prinsip pengelolaan suatu entitas bisnis yang memastikan hak dan tanggung jawab masing masing pihak dalam perusahaan, seperti manajer, dewan direksi, pemegang saham, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Menerapkan GCG yang baik dalam perusahaan, yaitu prinsip keterbukaan, akuntabilitas, pertanggungjawaban, independensi, dan kewajaran. GCG dapat memecahkan dan meminimalisir adanya masalah, sehingga fungsi operasional entitas berjalan dengan maksimum dan meningkatkan nilai perusahaan (Susilawati, 2019). Hasil penelitian Susilawati, (2019); (Maulida, 2016); (Apriani & Siti, 2023) dan (Lastanti & Salim, 2019) dinyatakan GCG mempengaruhi nilai perusahaan. Sebaliknya penelitian menurut Susanto & Ardini, (2016), Susilo et al., (2018), dan Darniaty et al., (2023) GCG tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

H2: Good Corporate Governance Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.